

Tipps und Ratschläge für den Vertrieb



Thema: Wettbewerbsanalyse

Juli 2006

Autor : Bernd Conrad

Die Wettbewerbsanalyse dient dazu, sich Klarheit darüber zu verschaffen, wie und mit welchen Mitteln, Konzepten und Strategien Ihre Wettbewerber den Auftritt am Markt gestalten. Entscheidend ist es aber auch, herauszufinden, welche Stärken und Schwächen vergleichbare Produkte des eigenen Betriebes und diejenigen ausgewählter Wettbewerber haben.

Eine gute Wettbewerbsanalyse gibt Antworten auf unterschiedlichste Fragen:

- Werden andere Schwerpunkte in der Preispolitik gesetzt?
- Werden andere Vertriebswege genutzt?
- Sind andere Betriebe kulanter?
- Wo ist das eigene Produkt besser oder schlechter?
- Welche Eigenschaften müssen verbessert werden?

Die folgende Checkliste hilft Ihnen, eine grundsätzliche Wettbewerbsanalyse zu erstellen:

- Führen Sie regelmäßig Wettbewerbsanalysen durch, um Marketingaktivitäten und Produktmerkmale bewerten zu können. Bewerten Sie Faktoren wie Preispolitik, Kundendienst, Vertriebswege, Marketing, Verkaufsförderung, Kulanzverhalten.
- Vergleichen Sie systematisch einzelne Produkte Ihres Hauses mit denen verschiedener Wettbewerber. Berücksichtigen Sie jedoch eigene Zielsetzungen und Strategien.
- Nutzen Sie unterschiedliche Informationsquellen wie Umfragen, Testkäufe, Befragung eigener Mitarbeiter, Messen, Werbung der Konkurrenz, Kammern und Verbände.
- Beurteilen Sie die Ergebnisse neutral und absolut ehrlich. Leiten Sie aus den Ergebnissen nur konkrete Maßnahmen ab. Versehen Sie jede Maßnahme mit einem Erledigungstermin, die macht den Erfolg der Aktionen messbar.
- Stellen Sie alle Maßnahmen und deren Ergebnisse in Ihrem Berichtswesen dar, Sie erreichen so, dass die Wettbewerbsanalyse allen Beteiligten präsent bleibt.
- Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter in die Umsetzung mit ein, um die Akzeptanz und Motivation zur Mitarbeit zu erhöhen.